

Strategi membangun citra positif perusahaan melalui publikasi humas (studi pada Teater IMAX Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah) = Strategy to build image of the company through publication of public relations (study in Keong Emas IMAX Theatre Taman Mini Indonesia Indah)

Sitinjak, Katrin Rosely, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20312832&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh upaya perwujudan citra positif perusahaan, dimana dalam penelitian ini Teater IMAX Keong Emas berupaya membangun citranya melalui publikasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan strategi publikasi yang dijalankan Keong Emas dalam upaya pembentukan citranya. Dalam penelitian ini metodologi yang digunakan yaitu konstruktivis dengan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif serta studi kasus. Dari penelitian ini ditemukan bahwa publikasi tidak dilaksanakan secara maksimal oleh Keong Emas, temuan ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pengunjung yang menyebutkan minimnya pengetahuan publik akan perkembangan Keong Emas sehingga citranya kurang positif. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa posisi PR dalam Keong Emas ditempati oleh divisi marketing juga dirangkap oleh divisi lainnya di Keong Emas dimana ketika penelitian ini dilaksanakan posisi marketing sedang berada dalam posisi kosong.

*The background of this research is the efforts to actualized positive image of the company. In which of this research, Keong Emas IMAX theatre make an effort to build image with publication. The aim of this research is to describe the publication strategy which is used by Keong Emas in effort to build the image. This research is conducted in constructive paradigm with qualitative approach, a descriptive research and case study strategy. As the result, this research found that Keong Emas didn't implement maximal publication based on the result of interview with the visitors who said that they have lack of further about the development of Keong Emas, so the image is less of positive. This research found that PR position in Keong Emas placed by Marketing Division and other divisions. But when this research held, Marketing Division was in empty position.*